

山寺通信 12月号

2017,2018年版カタログ「茶器銘撰」ができましたので順次発送しています。新製品も揃え又解説を多く掲載しました。10月末に静岡で世界お茶まつりが開催されました。6回目になりますと出展業者も少なくなりましたが、色々な産地のお茶が飲めることでお客さん達は満足していました。これも一つには、フェイスブックに代表されるSNSの効果で趣味や嗜好を共有する人達の情報交換が盛んになった結果だと思われます。今までは海外の茶店やバイヤーも多かったですが、ほぼ仕入先が決まって落ち着いた状況なのか少なかったようでした。日本茶は他の飲み物と違い、日本の文化的要素も一緒に受け入れられています。日本の茶の産地でも多くのイベントや各地の古いお茶の復活と共に歴史的な研究もおこなわれています。ただこの様な積極的な茶の展開が一部の人のみで広がらないことに問題があります。日常のための飲み物の多様化により、お茶は日本人の中で希薄な存在になっています。味だけの比較ですと他の飲み物より味にインパクトが弱く訴える力が少ないことはいがめません。昔の話になりますが、東京の大きなお店で客が煎茶、焙じ茶、玄米茶と2~3種類ぐらいのお茶を買っていききました。価格もほぼ同じくらいで差がありませんでした。茶を生活の中に複合的に溶け込ませるような提案もいいのではないかと思います。試飲も大部分の客が買う煎茶ではたいした違いを感じさせることができませんが、飲んだことのない人達に焙じ茶、玄米茶は味が違い、飲みやすい飲み物と感じさせることができるのではないのでしょうか。八女茶のブースでは、有料で1回ごとに解説付きの試飲会を待つ客が出ていました。

毎回感じることで八女茶の演出は、多くの客を引き付けていました



水出し茶が飲まれるようになりました。

デザインからライフスタイルに

ハリオのフィルターインボトルは、茶店やイベントの中に幅広く採用されるようになりました。お茶を飲むための茶器(水出し)としては、単独の製品ではとても大きなシェアを獲得し、さらに特筆することは、茶店が販売の中心になった製品と言うことです。このボトルは、急須であるという解説と説明が消費者に受け入れられたためだと思います。水で淹れる事と容器が密封されることで簡単に飲みやすいお茶のドリンクができたことが売れた主要な原因だと思われます。今回売り出したキャリーティーボトルは、水筒のように持ち運ぶ、茶葉をステンレスの網の中に収納して茶葉が外に出ない、口飲みもできる気軽さを売りにしています。消費者が見て機能を察知して買う商品ですのでよく売れています。現在緊急輸入していますので11月末には揃います。黒袋追加します。



痛む部分/交換パッキン¥100



シリコンゴムパッキン